
АКТУАЛІЗАЦІЯ ЦІННІСНОГО ПІДХОДУ В ДОСЛІДЖЕННЯХ ГЛОБАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

БАТІСТОВА Оксана Ігорівна, аспірантка Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

Відомо, що процеси глобалізації та становлення постіндустріального суспільства є характерними рисами сучасного світового розвитку. Також не є відкриттям і те, що зараз світ стоїть на порозі екологічної, ресурсної, антропогенної, ціннісної криз, що пов'язано, перш за все, із пануванням неокласичних догматів в економічних дослідженнях та їх неспроможністю описати та теоретично змодельовати зони підвищеної складності, які виникають у господарській практиці. Стає все більш зрозумілим, що успіх тієї чи іншої країни у глобальному господарстві залежить від ефективності використання власних конкурентних переваг. Причому, останні, на відміну від попередніх етапів, визначаються рівнем здобутих людиною та суспільством окремої країни знань, навиків, рівнем освіти, а особливо - ціннісними настановами та соціокультурними особливостями. Раніше конкурентні переваги залежали в більшості випадків від наявності традиційних факторів виробництва та природних ресурсів. Майже кожна країна стоїть перед завданням визначення свого стану у світовому поділі праці та спеціалізації, що дозволить їй увійти у цивілізаційне співтовариство сучасних держав, як країні із стійкими конкурентоспроможними позиціями [1, с. 20]. Успішний розвиток країн, які покладаються на власні ціннісні настанови та повною мірою використовують національні соціокультурні особливості, свідчить, що ціннісна конкурентоспроможність стає головною рушійною силою сучасного господарського розвитку.

Серед вчених, які займаються дослідженням впливу цінностей на конкурентоспроможність та на економічний розвиток, доцільно виділити Л. Харрісона, С. Хантінгтона, Р. Інглехарта, Ю. Пахомова, О. Панаріна, О. Яременко, В. Тарасевича, Г. Задорожного, А. Субетто, А. Москвіну, Г. Хофстеде, Ф. Тромпернааса, Дж. Холдена, С. Снайдера, Дж.-Л. Барсу та інших.

Розглядаючи раціональність як продукт історичного розвитку культури та розуміючи той факт, що логіка пізнання економічної системи рухається у бік зростання ціннісної раціональності, у цій статті ми спробуємо довести, що саме цінності стають одним із ключових факторів успіху та підвищення конкурентоспроможності держави на світовій арені, а також виступають фактором, який спроможний протидіяти сучасним руйнівним тенденціям задля реалізації імперативу виживання людства.

Відомо, що рівень життя населення будь-якої країни та її положення у глобальному економічному середовищі залежать від національної конкурентоспроможності. Згідно з визначенням сучасного економічного словника Б. А. Райзберга, конкурентоспроможність країни розглядається як спроможність економіки держави приймати участь у міжнародній торгівлі, утримувати та розширювати певні сегменти на світових ринках, виробляти продукцію, що відповідає світовим стандартам [2, с. 287]. За словами В. Андріанова, конкурентоспроможність – це здатність держави в умовах вільної конкуренції виробляти та реалізовувати товари, послуги, які відповідають вимогам світового ринку та тим самим підвищують добробут населення даної країни [3, с. 53]. Представники Всесвітнього економічного форуму, зокрема Ксав'є Сала-і-Мартін, вважають, що

конкурентоспроможність – це набір економічних та суспільно-політичних інститутів, стратегій, факторів, які визначають рівень продуктивності країни, а він, в свою чергу, впливає на стійкість рівня добробуту економіки. Тобто більш конкурентоспроможні економіки намагаються забезпечити можливість своїм громадянам отримувати більше доходів [4]. М. Портер наголошує, що «конкурентоспроможність країни визначається як наявність, збереження та розвиток її конкурентних переваг в умовах динамічної міжнародної конкуренції, де головну роль грають нововведення» [5, с. 83]. У своїй відомій праці «Конкурентоспроможність націй» він виділив чотири основні детермінанти мікроекономічних конкурентних переваг, серед яких: 1) матеріальна база (до якої він відносить складові інфраструктури бізнесу, зокрема: робочу силу, аеропорти, комунікації, природні ресурси); 2) особливості місцевого попиту (де важливу роль грає тиск споживачів на виробників відносно якості та розмаїття продукції, що виробляється); 3) місцевий контекст стратегічного планування та суперництва (який залежить від умов конкуренції на локальних та внутрішніх ринках); 4) стан підтримуючих (допоміжних) галузей (особливо наявність кластерів, які дозволяють більш швидко та повно використовувати інновації) [6, с. 62].

Безумовно, перелічені складові чинять великий вплив на конкурентоспроможність, але в сучасних умовах все більше авторів визнає провідну роль знання та перехід до влади знання як влади високої якості (Е. Тоффлер), бо саме знання – найбільш багатогранне з трьох основних джерел управління суспільством, та саме воно слугує джерелом примноження багатства та сили [7, с. 6]. «Якщо в доіндустріальну епоху головним виробничим ресурсом була мускульна сила, а в індустріальну – машинна техніка, то на постіндустріальній стадії таким ресурсом стає знання, інтелект. Ціллю стає саме якість життя та якість вироблених благ, а не їх кількість» [8, с. 6]. За словами Л. Туроу, «центральною ресурсом ХХІ століття стануть знання та здібності людини їх використовувати». А. Москвіна доповнила чотиристадійну модель міжнародної конкуренції М. Портера п'ятою стадією – стадією знання та інтелекту, ввівши у науковий обіг категорію «інтелектуальної конкурентоспроможності», яка відображає взаємообумовлену сукупність соціально-економічних відносин науково-освітньої, виробничої та законодавчої сфер, що створюють умови для генерування нових знань, ідей та забезпечують ресурсну базу для їх реалізації, санкціонування інтелектуальної власності як наявного ресурсу [1, с. 10]. Інформація та знання, люди як їхні «носії» стають вирішальними факторами соціально-економічного прогресу. Таким чином, людина, яка спроможна генерувати ідеї та здійснювати інноваційну діяльність виступає головним ресурсом розвитку держави.

Проте знання та інформація самі по собі нейтральні, можуть призводити як до позитивних, так і до негативних наслідків. Будучи не пронизаними духовними, культурними цінностями, вони, як правило, чинять негативний вплив на соціально-культурну, духовну та економічну сферу суспільства, країни. Наслідком інформаційної революції стало загострення протиріччя між зростаючою важливістю впорядкування інформації та технологічною обмеженістю можливостей цього впорядкування. Сучасні обсяги інформації перевищують можливості людини її усвідомлення, що визиває систематичні збої логічного мислення. Це призводить до виникнення, так званих, комунікаційних пасток, які проявляються: по-перше, в тому, що знижується практична важливість пізнання, збільшуються обсяги нереалізованого знання, яке позбавлено спроможності перевірки своєї адекватності, що підриває конкурентоспроможність країн, націй та людства в цілому; по-друге, розповсюдження комунікацій у поєднанні з дешевими технологіями формування свідомості зводить нанівець мистецтво переконання, чим уміло користуються представники суб'єктивної глобалізації. Навкруги опонента створюється корисне саме для суперника інформаційне середовище, і перший втрачає можливість критично осмислювати стан справ [9]. Подібна ситуація мала місце, коли країнам з перехідною економікою та країнам «третього світу» нав'язувалася ідея «наздоганяючого розвитку» шляхом повної лібералізації, що як правило, оберталася для них залежним існуванням та втратою вибору інших, більш вигідних та раціональних шляхів

включення у сучасну глобалізацію [10]. Перелічені факти доводять, що культура стає одним з ключових чинників конкурентоспроможності, бо, за словами М. Делягіна, культура виступає системою цінностей та безумовних рефлексів, стереотипів мислення, властивих певному суспільству, а тому є основним елементом стійкості та адаптації суспільства до зовнішніх віянь. Вона має певний «культурний код», який за аналогією з генетичним кодом за допомогою різних соціальних рефлексів (національного характеру, національної психології), є основою виживання того чи іншого суспільства, причому в більшості випадків на «безсвідомому» рівні, відтворює розумність його поведінки та слідування власним, а не нав'язаним ззовні інтересам. Підтримуючи розумність суспільства, в умовах інформаційного тиску конкурентів, культура, таким чином, забезпечує його конкурентоспроможність [9]. Система соціальних цінностей формується історично, протягом навіть не віків, - тисячоліть, стаючи носієм соціального, культурного наслідування. Тобто, відмінності у ціннісному світогляді – це відмінності у ціннісних орієнтаціях культур народів світу [11, с. 93]. На даному етапі розвитку конкурентоспроможність країни залежить від накопичених в процесі історичного розвитку цінностей, їх реалізації у господарській діяльності. В епоху актуалізації імперативу виживання людства та загострення екологічних проблем, в період становлення постіндустріального суспільства актуалізується шоста стадія конкуренції - на основі цінностей, якій властива наповнюваність не тільки інформацією, знаннями, високими технологіями, але й культурними складовими нації, національною свідомістю, позитивними ціннісними настановами [12, с. 122]. Від цінностей залежать мотиви та дії людей, їх мислення, свідомість, винаходи та НТП, розвиток цивілізацій та їх занепад. Цінності стають складовими нових ідей, фактором економічного розвитку. Вони створюють так звані «піраміди цінностей», які у кожного народу та цивілізації різні. В основі піраміди розташовуються базові цінності, що формують ціннісний архетип менталітету тих чи інших народів, етносів. Вони консервативні, змінюються повільно. Цей ціннісний архетип менталітету є своєрідною «ціннісною пам'яттю». Більш мобільними, мінливими є верхні ступені піраміди, до яких звичайно відносять інструментальні та матеріальні цінності [11, с. 94].

Слід зазначити, що в сучасних умовах конкурентні переваги будь-якої цивілізації пов'язані з тим, наскільки вона спроможна стимулювати економічний розвиток. Сьогодні ми є свідками того, як Азіатські країни починають здобувати передові позиції у світовій конкурентній боротьбі, в той час, коли розвинуті країни, зокрема США, їх повільно, але закономірно втрачають. Про це свідчать рейтинги глобальної конкурентоспроможності, які розраховуються у докладах Всесвітнього економічного форуму в Давосі та Міжнародного інституту розвитку менеджменту (IMD) у Лозанні. Згідно оцінок «The IMD World Competitiveness Yearbook 2011» лідером конкурентоспроможності 2011 року став Гонконг, зайнявши перше місце та покращивши свою позицію порівняно із попереднім роком. Починаючи з 2008 року Гонконг стабільно тримався на другому місці рейтингу. США та Сінгапур зайняли друге та третє місце. Цікаво, що у 2010 році США займали третю позицію, поступившись першим місцем Сінгапуру та втративши абсолютне лідерство, яке вони утримували протягом попередніх років.

У десятці лідерів опинилися також: Швеція, Швейцарія, Тайвань, Канада, Катар, Австралія, Германия. Україна має 57 позицію серед 59 країн. Росія зайняла 49 позицію, Китай – 19, а Індія – 32. Азіатські країни займають досить високі позиції у рейтингу. Так, у 2011 році Тайвань покращив свій рейтинг на 15 пунктів порівняно із 2008 роком, зайнявши 6 місце; Корея – на 5 пунктів і опинилася на 22 позиції [13]. За словами Ю. Пахомова, фінансова криза 1997-1998 років уже мала ознаки цивілізаційної кризи, а не тільки традиційної кризи перевиробництва, бо вже тоді спостерігалися тектонічні зрушення у надрах світових цивілізацій. Світова фінансова криза 2008 року знову підтвердила, що глибинні її основи пов'язані саме із переродженням протестантських, західних цінностей у цінності споживацтва [14, с. 37]. Іпотечна криза – тільки зовнішній прояв глибинних протиріч. Протестантські цінності пов'язувалися із самовдосконаленням, раціоналізмом,

збагаченням на основі власної праці за умови побутової скромності та аскетизму. Але в другій половині XX століття у Західних країнах виникає особливий тип капіталізму – суспільство споживання, головним принципом якого стало гасло: «Більше споживати – краще для економіки». Стимулювання споживання породжує попит і викликає новий виток економічного розвитку. Відомий пропагандист та ідеолог ринку В. Лебов вважав, що необхідно створити особливу систему людської свідомості, спрямовану на збільшення споживчого попиту. Поряд із розширенням реклами необхідно постійно змінювати моду на речі та привчати людей їх заміни із зростаючою швидкістю. Сьогодні ця рекомендація практично реалізована, оскільки багато виробників спеціально спрощують технології задля швидкої втрати товарами своїх споживчих якостей, що й викликає новий попит.

Сучасні інформаційні технології, ЗМІ розширюють агресивну рекламу та впливають на свідомість людини у потрібному для них напрямку. Звичайно, подібна система витратна та може розвиватися тільки із все більшим поглинанням природних ресурсів та забрудненням навколишнього середовища. З іншого боку, фактором підвищення попиту слугувало розповсюдження практики дешевого кредитування та формування способу життя у борг. Американський долар, ставши світовою валютою, надав США унікальну можливість кредитувати самих себе, постійно збільшуючи емісію долару та випускаючи державні цінні папери, що також нарощувало споживання [15]. США накопичили величезний державний борг, який у 2010 році складав 94,4% від ВВП, а у 2011 році – вже 100%, але ця держава продовжує політику нарощування бюджетного дефіциту, державних витрат, забезпечуючи зростання споживання [16, с. 5]. Сьогодні більше 40% американських сімей витрачають більше, ніж заробляють. У середньому кожний американець на 1 долар, отриманий за рахунок заробітної плати, витрачає 1,2 долари. Серед боргів, накопичених за рахунок ажіотажного споживацтва, спостерігалось стрімке зростання іпотечних цінних паперів. Якщо у 2004 році ці борги складали 8 трлн. доларів, то у 2007 році вони досягли 46 трлн. доларів, що втричі перевищувало ВВП США, який рівнявся 14 трлн. доларів. За різними оцінками загальна вартість деревативів коливалася від 530 до 600 трлн. доларів при світовому ВВП у 58 трлн. доларів [14, с. 37]. Проте фінансова криза показала, що доля реального багатства значно нижча, чим віртуальний фінансовий блеф. Звичайно, що принцип «чим більше ми споживаємо, тим краще для економіки» перестає бути справедливим.

Сьогодні конфуціанська релігійно-етична система набуває все більшої популярності. На передові позиції виходять країни з азіатською моделлю економіки, які комбінують як ринок із державним управлінням, так і демократію з авторитаризмом. За оцінками Всесвітнього Банку у 2009 році, коли в більшості розвинених країн ВВП падав, у Китаї продовжувалося його зростання. У 2009 році ВВП Китаю виріс на 9,2%, в той час як світовий ВВП впав на 2,3%. І зараз азіатські країни є лідерами за темпами приросту ВВП у світі. За 2010 рік ВВП Китаю виріс на 10,4%, Індії – на 8,8%, Сінгапуру – на 14,5%, а США – тільки на 2,3% [17].

Якщо в розвинутих країнах держава взаємодіє з ринком опосередковано – за допомогою складної системи інститутів, то в азіатських країнах інституційний вакуум компенсується адміністративними мірами, оскільки ринок сам по собі не може впоратися із високотехнологічними інноваціями [12, с. 121]. Важливо і те, що азіатські країни вмюють ефективно адаптувати західні культурні цінності та норми до своїх, традиційних. Так, при більш прискіпливому погляді, виявляється, що у Китаї імпортована культура трансформується та локалізується. За словами Д. Міллера, дійсно важливими стають місцеві наслідки [18, с. 49]. Відродження конфуціанських цінностей – це один із основних засобів протидії сучасній культурі, в якій розповсюджені корупція та матеріалізм. Для уряду – це засіб підтримання суспільного порядку та надання законності своїй владі, а також своєрідна альтернатива одержимості китайців фінансовою наживою. Зараз детермінанти конкурентоспроможності зміщуються у бік етичних, духовно-моральнісних орієнтирів, оскільки саме вони слугують фактором розвитку, на відміну від матеріально-утилітарних цінностей, які призводять до соціальної та культурної деградації.

Таким чином, в умовах глобалізації культура залишається відносно стійким інститутом, який дозволяє їй виступати ефективним фактором захисту національної економіки від згубного впливу іноземного капіталу та технологій.

Результати досліджень у сфері кроскультурного співробітництва, отримані Г. Хофстеде, Е. Лораном, Е. Холлом, Д. Кюріаком наголошували, що саме культурна спорідненість збільшує обсяги міжнародного співробітництва, а культурні відмінності є перепорою у міжнародних відносинах. Втім для нас цікавими є погляди Н. Дж. Холдена та Дж.-Л. Барсу, які розглядають культуру в якості ресурсу міжнародного співробітництва та висловлюють думку, що співробітництво країн з різними культурами більш ефективне, ніж із спорідненими, оскільки кроскультурна трансляція сприяє створенню нового знання, яке стає унікальною конкурентною перевагою. В даному випадку можуть виникати трансакційні вигоди від обміну культурно обумовленими знаннями, досвідом, цінностями. Підсвідомі, неявні знання, цінності, які склалися протягом довгого історичного періоду дозволяють розвивати інтуїцію, пізнання, що може сприяти більш ефективній роботі організації та створювати ефект синергії. Цим часто користуються японські фірми на міжнародній арені, коли у процесі сумісної співпраці з неявних знань, втілених у робітниках, вони виявляють явні знання та відтворюють їх у майбутньому [19, с. 90].

Жорстка глобальна конкуренція, постійна присутність незадоволеного попиту на нетипове, унікальне, особливо у розвинутих країнах з високими життєвими стандартами, також призводять до підвищення значення цінностей, культури. Усілякий несхожий на інші, оригінальний товар практично гарантовано знаходить собі попит на ринку, по суті, стаючи своєрідним монополістом. Наприклад, з'являється стереотип, що справжній віскі може бути виробленим тільки у Шотландії, коньяк – у Франції, саке – в Японії [9].

З іншого боку, провідні ТНК задля проникнення на ринок іноземної держави та отримання прибутків змушені враховувати локальні, місцеві особливості. Так, ТНК, що діють на Тайванському ринку, всілякими методами намагаються адаптуватися до ділової культури та соціальних умов країни, що відображається у стилі управління та маркетингових стратегіях. Менеджери багатьох ТНК роблять спроби пристосуватися до тайванських методів ведення бізнесу шляхом передачі процесів прийняття рішень місцевим менеджерам, які краще знають локальні особливості та ефективніше можуть реагувати на зміну смаків, потреб та характер попиту місцевого населення [18, с. 63].

У світлі сказаного стає зрозумілим, що ціннісний підхід у дослідженнях глобального господарства є зараз надзвичайно актуальним. Дослідження впливу культурних, ціннісних чинників на господарський (економічний) розвиток (занепад) суспільства відповідає вимогам не зупинятися тільки на економічних причинах розвитку, бо за ними приховуються більш глибинні, фундаментальні причини ціннісного, культурного, ментального, психічного плану. Ціннісна конкурентоспроможність стає одним з визначальних факторів успіху держави на міжнародній арені. В сучасну епоху економічне зростання та успішний розвиток спостерігаються у тих країнах, які змогли уміло скористатися унікальними національними конкурентними перевагами.

Коротко підсумуємо отримані результати дослідження: 1) в умовах розширення інформаційних потоків та розповсюдження практики маніпулювання свідомістю саме культурні цінності слугують механізмом, який дозволяє підтримувати стабільність та життєздатність суспільства; 2) успішне поєднання сучасних технологічних інновацій з національними соціокультурними особливостями призводить до відродження цінностей та духу народу, що також сприяє підсиленню конкурентоспроможності країн на світовій арені; 3) унікальні, оригінальні товари, наділені національною специфікою, користуються великим попитом за кордонами держави, що підвищує успішність діяльності національних економічних суб'єктів; 4) наявність різноманітних культурних цінностей, неявних стереотипів, що сповідаються працівниками в організаціях, може викликати ефект синергії та появу нового унікального знання; 5) пристосування глобальних методів ведення бізнесу до національних – це те джерело, яке дозволяє іноземним фірмам підтримувати високі

конкурентні позиції у країні розташування; б) саме культура з її цінностями може протидіяти руйнівним тенденціям сучасності задля реалізації імперативу виживання людства.

Література

1. Москвіна А.О. Національні конкурентні переваги та особливості їх реалізації в транзитивній економіці: дис... канд. екон. наук: 08.01.01 / Харківський національний ун-т ім. В.Н. Каразіна. - Х., 2004. – 225 с.
2. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. - 5-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2006. - 495 с.
3. Андрианов В. Д. Конкурентоспособность России в мировой экономике // Мировая экономика и международные отношения. – 2000. - № 3. - С. 47-57.
4. Глобальный индекс конкурентоспособности. Измерение продуктивного потенциала стран. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.feg.org.ua/docs/3.pdf>
5. Портер М. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран: Пер. с англ. / Под ред. В. Д. Щетинина. - М.: Междунар. отношения, 1993. – 896 с.
6. Харрисон Л., Хангтингтон С. Культура имеет значение. Каким образом ценности способствуют общественному прогрессу. Под ред. Л. Харрисона и С. Хангтингтона. – М.: Московская школа политических исследований, 2002. – 320 с.
7. Задорожный Г.В. Интеллектономика как мировоззрение нового века // Социальная экономика. – 2002. - № 3. – С. 6-7.
8. Хорос В. Постиндустриальный мир – надежды и опасения (к постановке проблемы) // Мировая экономика и международные отношения. - 1998. - № 12. – С. 6.
9. Делягин М. Мировой кризис: Общая Теория Глобализации. [Электронный ресурс] / Делягин М. – Режим доступа: <http://www.imperativ.net/iprog/th01.html>
10. Арсеев А. Г. Глобализация как она есть на пороге 21 века. [Электронный ресурс] / Арсеев А.Г. – Режим доступа: <http://rusmir.in.ua/eko/1375-globalizaciya-kak-ona-est-na-poroge-xxi-veka.html>
11. Субетто А. И. Ценности в системе общественного интеллекта. «Ценностная война» и защита ценностной самоидентификации российской цивилизации // Социальная экономика. – 2010. - № 3. – С. 93 – 96.
12. Задорожный Г.В., Москвина А. О. Ценностная конкурентоспособность как новая стадия международной конкуренции // Социальная экономика. – 2010. - № 1. – С. 114 – 121.
13. IMD World Competitiveness Yearbook 2011. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.blitzdownloads.com/search/2201/IMD%20WORLD%20COMPETITIVENESS%20YEARBOOK%202011.html>
14. Пахомов Ю., Пахомов С. Мировой финансовый кризис: цивилизационные истоки // Экономист. – 2009. – № 2. – С. 37–42.
15. Степин В. Стратегии глобализации и диалог культур // Диалог культур и партнерство цивилизаций: становление глобальной культуры: X Международные Лихачевские научные чтения, 13–14 мая 2010 г. СПб.
16. Мау В. Экономика и политика в 2011 году: глобальный кризис и поиск новой модели роста // Вопросы экономики. – 2012. - № 2. - С. 5-6.
17. Сайт Всемирного Банка. [Электронный ресурс]: – Режим доступа: http://search.worldbank.org/quickview?name=%3Cem%3EGDP%3C%2Fem%3E+growth+%28annual+%25%29&id=NY.GDP.MKTP.KD.ZG&type=Indicators&cube_no=2&qterm=gdp
18. Бергер П. Хантингтон С. Многоликая глобализация / Под ред. П. Бергера и С. Хантингтона; Пер. с англ. В. В. Сапова под ред. М.М. Лебедевой. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 379 с.
19. Петрушенко Ю.М.. Вплив дистанції культур на розвиток міжнародних економічних відносин // Економічна теорія. - 2009. - № 2. - С.88 – 95.

УДК 330.341.2

В статье рассматривается актуализация ценностного подхода в исследованиях глобального хозяйства. Доказана определяющая роль культурных ценностей в поддержании стабильности и выживаемости общества в современных условиях. Особое внимание уделено влиянию ценностей на конкурентоспособность государства, нации.

Ключевые слова: ценности, конкурентоспособность, глобализация, культура.

У статті розглядається актуалізація ціннісного підходу у дослідженнях глобального господарства. Доведена визначальна роль культурних цінностей у підтриманні стабільності та життєздатності суспільства в сучасних умовах. Особлива увага приділена впливу цінностей на конкурентоспроможність держави, нації.

Ключові слова: цінності, конкурентоспроможність, глобалізація, культура.

The actualization of the valued approach in the global economy investigations is examined in the article. The determining role of the cultural values in the maintenance of stability and survival of society in modern conditions is proved. Special attention is paid to the influence of values on the national competitiveness.

Key words: values, competitiveness, globalization, culture.

Надійшла до редколегії 27.02.2012 р.

© Батістова О.І., 2012